

責任產品聲明

Responsible Products Statement

2020年9月

◎責任產品承諾

平安作為一家綜合金融生活服務集團，提供了包含保險、銀行、投資以及科技等多種產品和服務。在各產品和服務的生命週期中，平安保證合規、公平、普惠、環保的基本理念。平安承諾，所有的產品和服務均以環保、普惠、公平為原則，以合規合法為底線，即堅決不會涉及高排放高污染、破壞生態、侵犯動物權益的領域，不參與壟斷、不正當競爭、傳銷、恐怖主義等活動，並避免出現違法違規違背道德的事件。

◎責任產品原則

平安規定，在集團所有產品和服務的整個生命週期中，不得涉及以下內容：

1. 違反中華人民共和國憲法和法律、違反改革開放和四項基本原則；
2. 損害國家榮譽和利益，危害國家安全，洩露國家秘密，顛覆國家政權，或破壞國家統一的；
3. 煽動民族仇恨、民族歧視，破壞民族團結的；破壞國家宗教政策，宣揚邪教和封建迷信的；
4. 散布淫穢、色情、賭博、暴力、凶殺、恐怖或者教唆犯罪的；含有法律、行政法規禁止的其他內容的；
5. 利用互聯網侮辱或者誹謗他人，發佈人身攻擊、謾罵、詆毀的言論，侵害他人合法權益的；
6. 洩露企業商業機密，如未公開披露的經營數據、市場營銷計劃、新產品信息、薪酬福利制度；
7. 散布謠言，擾亂社會秩序，破壞社會穩定的；
8. 未經公開報道、未經證實的政治、軍事、經濟、社會消息（如親身經歷請注明）；
9. 涉嫌洗錢、恐怖融資、制裁的；
10. 批評、詆毀監管、同業及其他可能引起紛爭的；
11. 有損品牌聲譽的。

◎責任產品管理

管理架構

平安已經形成並在逐步完善約束到所有產品和服務的政策和體系。在管治層面，集團董事會是產品和服務責任的最高領導機構，並授權集團消費者權益保護委員會、個人金融委員會作為產品和服務責任的直接管理機構，集團投資者關係及 ESG 委員會協助統籌 ESG 維度的責任產品相關事務。在執行層面，集團運營風險管理部、集團消費者權益保護部和集團 ESG 辦公室負責組織、協調、督促並指導專業公司產品部門落實責任產品工作職責，從產品服務全生命週期予以規範管理，規避 ESG 相關風險。

產品服務全生命週期風險管理

作為集團運營風險管理的核心內容，運營風險管理組織體系由集團風險管理執行委員會、集團運營風險管理部及各專業公司運營風險管理等相關部門構成，產品生命週期中相關的所有風險得到了事前、事中、事後有效管控，管控流程覆蓋產品開發、營銷活動、銷售活動、合同履約、客戶體驗、供應商管理、售後服務等運營模塊，形成有效的管理閉環。

就產品生命週期風險管理架構和工作流程而言，各專業公司每季度向集團運營風險管理部彙報運營風險工作的進展；集團運營風險管理部每季度檢視各專業公司運營風險管理相關工作的達成情況，針對各專業公司情況給出優化建議；集團運營風險管理部定期向集團風險管理執行委員會彙報運營風險工作的進展及管理效果，同時傳達落實風險管理執行委員會的工作要求，並追蹤後續落實情況。

產品開發

各專業公司嚴格規範產品開發流程、條件，明確各部門（崗位）的職責和權限，確保產品開發過程規範、嚴謹，並設立相關委員會，作為產品開發最高決策組織，以及專業子公司風險管理委員會作為最終決議機構。在開發過程中，各專業公司必須遵守和保障消費者的財產安全權、知情權、自主選擇權、公平交易權、依法求償權、受教育權、受尊重權、信息安全權等基本權利，應在充分瞭解和遵守有關法規制度基礎上，對產品政策、制度、業務規則、收費定價、協議條款、宣傳文本等進行評估審查，對相關風險進行識別和提示，從源頭上避免產品和服務風險發生。

銷售和宣傳

應本著真實、合規、合法的原則進行信息發佈，主動、充分履行信息披露義務，向消費者真實說明產品服務的性質、主要風險、收費標準、合同主要條款等內容，不得發佈不真實、違規違法或容易讓消費者誤解的內容，尤其必須避免誇張或隱瞞應披露的內容而誤導消費者。同時，對外品牌宣傳類材料內容需進行法律或合規等方面審查，進行負責任的真實宣傳。銷售人員應確保具有合法資質，銷售人員均需接受定期培訓，確保以負責任的方式實施各項營銷活動，為消費者提供清晰、準確、及時的產品和服務相關信息。

積極發起面向消費者的金融知識宣傳教育活動，針對消費者權利義務、金融機構義務、消費者維權等方面開展公益化、常態化的金融知識宣傳教育。

售後服務

建立有效的售後服務機制，基於《客戶服務體系管理制度》等制度文件，規範產品理賠、兌付等履約行為。各專業公司均應建立消費投訴管理體系，設立或指定高級管理人員、工作部門及工作人員落實投訴處理工作的管理，向消費者及其他相關方提供網站／手機應用客服、電子郵件、熱線電話、聯繫地址等客戶溝通及反饋渠道，並確保各溝通渠道的正常運轉。各專業公司需在產品合同、產品介紹材料等材料中明確告知客戶溝通渠道。客戶可以通過相關渠道獲取產品和服務相關信息，或提出對於產品和服務的相關訴求以獲取協助，專業公司需在法律法規規定時效內將處理結果告知投訴人。

突發情況處理

基於《群訴風險事件管理辦法》，以「統一領導，綜合協調；統籌管理，分級負責；條塊結合，屬地為主；居安思危，預防為主；快速反應，果斷處置」為原則，成立群訴預防與應急處理領導小組作為集團群訴風險事件預防與應急處理的常設機構，每半年開展一次群訴風險檢視排查與上報工作，並在必要時根據集團《重大突發事件應急處理規定》進行處理。

信息披露

平安通過年報及可持續發展報告等方式定期對外披露責任產品管理情況、舉措以及產品滿意度等信息。平安會適時或最少每一年一次檢討此政策。